PASAR DIGITAL DAN BARANG DIGITAL DALAM GLOBAL MARKETPLACE

Oleh Kelompok 2

Kelompok 2

SRI INDAH HUTASOIT	C1B022033
HERNA P.W HUTABARAT	C1B022113
JULIA P. NASUTION	C1B022116

Definisi Pasar Digital dan Barang digital

1.Pasar Digital

Pasar digital merujuk pada platform atau lingkungan online di mana produk dan layanan diperdagangkan atau ditawarkan.

2. Barang Digital

Barang digital merujuk pada produk atau aset yang ada dalam format elektronik dan dapat didistribusikan, diakses, atau dikonsumsi melalui perangkat digital.

JENIS JENIS PASAR DIGITAL

Marketplace B2C

Business to consumer

Marketplace B2B

Business to Business

Marketplace C2C

Consumer to Consumer

JENIS BARANG DIGITAL

KONTEN DIGITAL

Aplikasi dan Software

Produk virtual dalam game

JENIS BARANG DIGITAL

Data dan Informasi

a

Konten Kreatif

Layanan Berlangganan

Manfaat Pasar

1.Akses Global

1.Peluang pasar
2.variasi pelanggan

2. Biaya operasional yang lebih rendah

1.Pengurangan biaya fisik
2.Efesiensi pengelolaan

3. kemudahan Transaksi

1.pembayaran yang mudah
2.kecepatan transaksi

Manfaat Pasar

4. Pemasaran dan penjangkauan yang lebih baik

1.iklan digital
2.Analitik

5. Kemudahan Akses untuk konsumen

1.Belanja 24/7
2.informasi dan ulasan

Manfaat Barang Digital

1.Akses Instan

1.unduhan Langsung
2.Hemat Waktu

2. Ketersediaan yang tidak terbatas

1.Stok Tidak Terbatas
2.Pengarsipan Digital

3.Biaya Produksi dan Distribusi yang lebih Rendah

1. Tidak Perrlu produksi fisik
2. Distribusi Global

Manfaat Barang Digital

4. Fleksibilitas dan personalisasi

1. Kustomisasi
2. Update dan Upgrade

5. Dampak Lingkungan Yang Lebih Rendah

1. Pengurangan Limbah

Tantangan dalam Pasar Digital

01 Persaingan yang Ketat

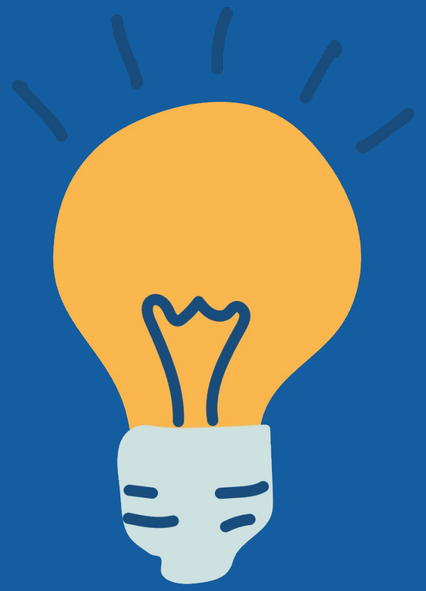
02 Keamanan dan Privasi

03 Keterbatasan Anggaran

04 Ketergantungan pada Teknologi

SOLUSI TERHADAP TANTANGAN

1.Segmentasi dan Penargetan yang Tepat
2.Brand Differentiation
3.Inovasi Konten
4.Pemantauan Reputasi
5.Respon Cepat
6.Strategi Manajemen Krisis



Dampak Pasar Digital Terhadap Ekonomi Global

1. **Penciptaan Lapangan Kerja**
2. **Pertumbuhan Ekonomi Digital**
3. **Perubahan Perilaku Konsumen**

Strategi Pengelolaan Pasar & Barang Digital

Strategi pengelolaan pasar digital dan barang digital yang baik melibatkan beberapa aspek yaitu:

- 1.Pemahaman Pasar: Analisis kebutuhan dan preferensi pelanggan. Gunakan data analitik untuk memahami perilaku pengguna dan tren pasar.

- 2.Pengembangan Produk: Fokus pada kualitas dan inovasi produk digital. Pastikan produk memenuhi standar dan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

- 3.Pemasaran dan Promosi: Gunakan berbagai saluran digital untuk pemasaran, seperti media sosial, SEO, dan email marketing. Sesuaikan strategi promosi dengan audiens target.

KESIMPULAN

Pasar digital merupakan platform yang menawarkan berbagai keuntungan, seperti aksesibilitas global, efisiensi transaksi, dan penghematan biaya operasional. Dengan karakteristik barang digital yang mencakup ketidakberwujudan dan distribusi instan, pasar ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam berbelanja. Namun, tantangan seperti keterbatasan anggaran, ketergantungan pada teknologi, persaingan ketat, serta isu keamanan dan privasi data perlu diatasi melalui strategi pemasaran yang matang, inovasi, dan manajemen krisis.

Dampak positif pasar digital terhadap ekonomi global terlihat dari penciptaan lapangan kerja baru dan pertumbuhan ekonomi digital yang signifikan, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin memilih belanja online. Oleh karena itu, penting bagi pelaku pasar untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar dapat memanfaatkan peluang yang ada di era digital ini.

Our Team

Julia P. Nasution (C1B022116)

Sri Indah Hutasoit

Herna P.W. Hutabarat

THANK YOU!